

★
Bel./Grèce/ Port. Cont. : 7,70 € • ALL. : 7,80 € • Canada : 12,50 \$ • Suisse : 13 FS • Maroc : 88 MAD • DOM : 8,30 € • TOM : 1350 CFP



Numéro 107 • Octobre 2014

**Défense
& Sécurité
Internationale**



MOYEN-ORIENT

Que faire face à l'État islamique ?

CHINE
L'arme de l'influence

www.dsi-presse.com

CANADA
Une marine
à bout de souffle ?

FRANCE
Quel avenir pour la
Gendarmerie blindée ?

LSAT
Les nouvelles armes
d'infanterie américaines

M 08434 - 107 - F: 6,85 € - RD



Un char Type-99 au cours du dernier « biathlon des chars » tenu en Russie – où les Chinois semblent d'ailleurs avoir subi plusieurs pannes. La conception chinoise de la stratégie ne comprend pas uniquement les options de force, qui n'en sont qu'une composante. Au demeurant, c'est ce que cherchaient à décrire des auteurs européens comme Svetchine, Poirier, Beaufre ou Castex. [© Xinhua]

Les « trois guerres » d'influence de l'Armée populaire de libération

L'information au cœur de la guerre. Une logique qui gagne en importance au sein des forces modernes à mesure que les moyens techniques et sociologiques augmentent pour permettre la recherche d'avantages stratégiques sur l'adversaire. Chez les Chinois, le volet influence devient un champ d'action de poids grâce à la poursuite de « trois guerres » : médiatique, psychologique et juridique. Une stratégie qui inquiète de plus en plus les Américains, mais dont la menace paraît largement montée en épingle pour de nombreux observateurs français.

Par Romain Mielcarek, spécialiste des questions de défense

« **L**e mieux, à la guerre, consiste à attaquer les plans de l'ennemi. Ensuite ses alliances. Ensuite ses troupes. En dernier ses villes. [...] Un pays dont l'armée est désemparée et traverse une crise de confiance sera victime de tentatives de subversion de la part de ses rivaux. [...] Créer le désordre dans ses rangs pour offrir la victoire. » Citer Sun Tzu lorsque l'on s'intéresse à la doctrine militaire chinoise relève bien souvent du poncif. Pourtant, ces quelques mots illustrent



et à leur propre doctrine⁽¹⁾ ». Ce que les Chinois appellent des opérations d'information correspond à deux domaines opérationnels bien distincts. Les aspects techniques intègrent le renseignement électronique, la guerre électronique et les attaques satellitaires. Des armes qui peuvent viser absolument n'importe quelle cible tant les aspects électroniques et/ou connectés sont omniprésents dans tous les domaines de la vie quotidienne, civile comme militaire. En Chine, chercheurs civils et militaires multiplient les écrits et les réflexions sur le sujet. Le général Peng Guangqian, enseignant à l'Académie des sciences militaires chinoise, et le général Yao Youzhi, directrice du Centre pour les relations de défense sino-américaines, sont particulièrement locaces sur le sujet. Dans leur ouvrage *The Science of Military Strategy*, ils notent que « dans des conditions de hautes technologies, les résultats de la guerre ne dépendent pas seulement de la quantité de ressources, d'hommes et de matériels consacrés au champ de bataille, mais aussi au contrôle de l'information sur celui-ci ».

parfaitement l'intérêt qu'une armée peut trouver dans la mise en œuvre de stratégies d'influence, qu'elles soient chinoises ou non.

L'Armée populaire de libération (APL) s'adapte progressivement à un monde infocentré. Dans une étude du Strategic Studies Institute de l'US Army, Larry M. Wortzel note ainsi en introduction qu'« en vingt ans, les militaires chinois ont adopté des concepts opérationnels dans le domaine de l'information qui correspondent à leur propre organisation

Le deuxième volet de ces opérations d'information, qui va nous intéresser ici, correspond aux aspects sociologiques du conflit. Il intègre pour les Chinois les logiques de contre-propagande, de communication d'influence et d'opérations psychologiques. L'APL se montre de plus en plus intéressée par ce domaine et cherche à formaliser une méthodologie applicable aux différents conflits dans lesquels elle

est amenée à opérer. Il s'agit pour Pékin, note Larry M. Wortzel, de « séquencer et de modeler l'opinion publique à travers les médias ». Il faut bien comprendre ici par médias, les moyens de communication sous toutes leurs formes, y compris par le dialogue avec des acteurs que l'on cherche à influencer. Une action fondamentalement politique et diplomatique menée de concert avec les autres organes du pouvoir chinois, en commençant par le Parti communiste.

San zhong zhanfa, les trois guerres de l'information

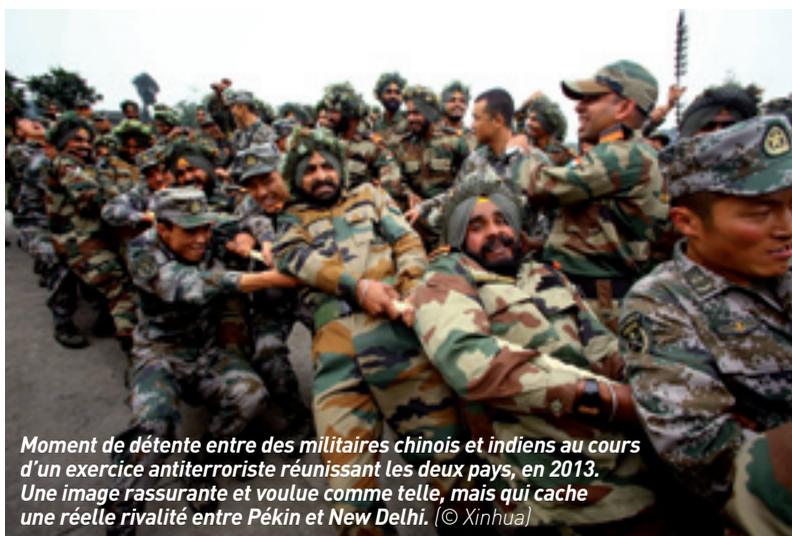
En 2003, le comité central du Parti communiste et la commission centrale ont officiellement approuvé un nouveau concept opérationnel : *san zhong zhanfa*, que les Américains appellent « three warfares ». Ces « trois guerres » sont la guerre pour l'opinion publique, ou guerre médiatique; la guerre psychologique; et la guerre juridique. Une logique qui inquiète un grand nombre d'analystes outre-Atlantique. Tel James Mulvenon, spécialiste des méthodes d'espionnage et d'influence chinoises, qui affirme dans un ouvrage publié par la RAND Corporation⁽²⁾ que la « Chine est indiscutablement l'un des trois seuls pays à augmenter l'enveloppe affectée au développement de stratégies d'information [...] ».

Pékin définit ainsi ces trois guerres. La guerre pour l'opinion publique est une « influence aussi bien nationale qu'internationale de l'opinion publique de manière à construire un soutien aux opérations militaires chinoises, tout en sapant toute justification pour l'adversaire de mener des actions contre les intérêts de la Chine; tout en sapant la volonté des populations civiles ennemies et la capacité de l'ennemi à mener des opérations de combat ». La guerre psychologique vise à « démoraliser le personnel militaire ennemi ainsi que ses compatriotes à la maison ». La guerre juridique, enfin, est « l'utilisation du droit domestique et international pour justifier ses actions et défendre ses intérêts, tout en nuisant aux actions adverses ».

Le Peace Ark, de la marine chinoise, au cours des derniers exercices « RIMPAC ». Paradoxe chinois : alors qu'elle participait aux exercices avec des navires, la marine en a également envoyé d'autres... à des fins de renseignement. (© Xinhua)



On le voit ici, le cœur de métier de ces « trois guerres » est fondamentalement politique et diplomatique. Ces spécialités sont coordonnées par le Département pour la politique générale, chargé au sein de l'APL de faire coïncider les pratiques avec les objectifs du pouvoir, ainsi que de la formation idéologique des militaires. Des activités qui prévoient aussi bien la production de shows télévisés ou de films destinés à encourager les troupes que la gestion de musées à la gloire de l'armée ou encore des « trois guerres » qui nous intéressent ici.



Moment de détente entre des militaires chinois et indiens au cours d'un exercice antiterroriste réunissant les deux pays, en 2013. Une image rassurante et voulue comme telle, mais qui cache une réelle rivalité entre Pékin et New Delhi. (© Xinhua)

qui pourront viser une série de cibles plus variées.

Pour la plupart des stratèges chinois, l'environnement médiatique est l'objet d'une véritable lutte. Ils ont le sentiment que les médias occidentaux assurent une forte domination de l'offre et cherchent à proposer d'autres voies, plus proches de leur propre vision. La guerre médiatique vise également les citoyens chinois, puisqu'il faut « guider l'opinion publique pour l'amener à se conformer aux objectifs et à la politique du parti », note Larry M. Wortzel.

La guerre médiatique

La guerre médiatique, aussi appelée guerre pour l'opinion publique, est, au sein de l'armée populaire, somme toute assez classique. On y recourt à tous les médias habituels, nationaux et internationaux, pour faire passer les messages : télévision, journaux, radios, réseaux sociaux. Il convient de noter que la doctrine chinoise en la matière autorise explicitement les opérations de propagande et de déception, en coopération directe avec les opérations psychologiques. Ce que ne s'autorisent pas certaines armées occidentales qui distinguent la communication opérationnelle destinée à des publics amis (médias et population nationaux, soldats, alliés) et les opérations militaires d'information

L'initiative de Sanya est un exemple original et ambitieux de cette guerre pour l'opinion publique. Ce séminaire annuel qui se déroule depuis 2008 vise à faire se rencontrer chaque année des officiers généraux à la retraite, dont beaucoup ayant exercé les plus hautes responsabilités, américains et chinois, pour tenter de développer des relations de confiance et une compréhension mutuelle. Un canal de discussion qui a pu permettre en 2009, par exemple, de faire entendre les attentes de Pékin avant une visite du président Barack Obama. Ces rencontres, orchestrées par deux officiers chinois, inquiètent de nombreux responsables politiques du fait de l'effet de lobbying à destination des parlementaires américains.

La guerre psychologique

Des opérations psychologiques sont menées par la plupart des grandes puissances militaires. Elles ont largement été employées au cours de l'histoire. Chez les Chinois, elles correspondent parfaitement à la notion de strata-gème, avec un recours important à la déception. La guerre psychologique vise, comme la guerre médiatique, une multitude de cibles potentielles : populations, leaders civils, forces, alliances afin de les rompre. Il s'agit en tout cas de cibler des ennemis ou des adversaires potentiels. Le lieutenant-colonel Mark Strokes, ancien attaché militaire américain en Chine, aujourd'hui à la retraite, définit ainsi la guerre psychologique : l'APL « devrait saper le moral de l'ennemi, désintégrer sa volonté de combattre, attiser le sentiment anti-guerre des citoyens à la maison, augmenter les conflictualités nationales et internationales et affaiblir la volonté de combattre chez les grands décideurs ».

On pourra trouver un exemple d'une telle opération menée par les Chinois en 1996, quelques mois avant l'élection de Lee Teng-hui à Taïwan. Alors que Pékin ne veut pas entendre parler de ce scrutin sur l'île dissidente, l'APL annonce aux attachés militaires étrangers que si Lee est élu, la guerre est possible. Dans le même temps, des bombardements sont menés à proximité, perturbant le trafic aérien et maritime. Autant de menaces pour dissuader l'adversaire – ici les démocrates taïwanais – de mener à bien son projet, sans s'adresser directement à lui.

La guerre juridique

L'approche de cette troisième « guerre » est ambitieuse : il s'agit, expliquent les généraux Guangqian et Youzhi, d'« influencer et de restreindre le droit international et la conduite de la guerre moderne », le droit étant « une arme puissante pour exposer l'ennemi, gagner la sympathie et le support de la communauté internationale et manœuvrer pour obtenir une position d'initiative stratégique ». L'idée est, grossièrement, de créer des cas

de jurisprudence qui pourront servir les intérêts chinois lors de crises internationales.

Le Département pour la politique générale de l'APL cherche ainsi à anticiper les interprétations du droit pour le faire évoluer dans le sens qui lui convient. Pékin s'applique ainsi à coordonner son droit national avec ce qu'il comprend du droit international pour favoriser l'émergence de lectures validant ses exigences. Dans le cadre de cette guerre juridique, l'APL cherche par exemple à anticiper les arguments à faire valoir pour pouvoir, dans le futur, cibler des satellites en orbite.

Cette stratégie est récurrente dans l'histoire récente de la Chine. On peut prendre l'exemple du conflit avec l'Inde, en 1962. Lorsque l'armée chinoise franchit la frontière, le 20 octobre, elle rabâche les justifications de ses prétentions territoriales depuis déjà trois ans. L'argumentaire est alors parfaitement rodé. L'Aksai Chin devient de fait un territoire sous l'autorité de Pékin et la contestation indienne n'aura aucune réponse internationale. Si cette région reste contestée aujourd'hui, elle est administrativement considérée comme chinoise.

Les limites de l'exercice

La lutte de Pékin contre l'indépendance de Taïwan est un exemple de l'utilisation de ces « trois guerres » dont la mise en place d'une loi anti-sécession, le 8 mars 2005, a été un passage clé. Face à l'île, la Chine a mis en œuvre plusieurs outils : annonce d'un programme et d'un argumentaire de manière répétitive (médias), mise en place des pressions contre le gouvernement de Taïwan (psychologique), sape de l'autorité taïwanaise dans les instances internationales (juridique), récompenses et incitations à la désertion (psychologique), refus de toute reconnaissance de l'île, sous quelque statut que ce soit (juridique). Les effets de cette campagne restent toutefois un échec jusqu'ici : Taïwan continue de prospérer dans son indépendance.

Nous pouvons nous intéresser à un autre exemple évoqué par Larry M. Wortzel dans son étude. Cet ancien attaché de défense à l'ambassade américaine de Pékin est invité dans un colloque organisé en Grande-Bretagne par une association pour la paix et le désarmement. Quelle n'est pas sa surprise en rencontrant les membres de la délégation chinoise, enregistrés

comme chercheurs et associatifs : il reconnaît les visages de militaires de l'APL spécialistes des opérations psychologiques, déjà croisés par le passé. Pour lui, l'éducation et l'information restent les meilleurs moyens de lutter contre cette influence chinoise dont les artifices sont parfois grossiers. « *Les journalistes ne sont pas dupes, note-t-il, ils vérifient les faits.* ». « *La plus grande partie de la campagne de l'APL, qu'elle soit médiatique, psychologique ou juridique, dépend du fait que les Occidentaux en général apprécient l'idée d'une presse libre* », ajoute-t-il. De nombreux messages chinois sont en effet véhiculés par les médias de manière tout à fait ouverte : publicité, interviews, lobbying... Mais les abus de Pékin sont reportés de la même manière et n'aident pas à l'acceptation du message.

« *La stratégie chinoise tend à utiliser les mêmes armes que ses adversaires, en s'inspirant de leurs méthodes et de leur stratégie*, note un officier français, attaché militaire dans la région. *La différence pourrait porter sur la manière de procéder des Chinois, beaucoup plus brutale et unilatérale, et souvent dans l'opacité.* » Le décret soudain d'une zone aérienne d'identification en



La montée en puissance de la marine chinoise s'est accompagnée d'un raffermissement des prétentions territoriales en mer de Chine méridionale, mais aussi de la répétition d'un discours rassurant centré sur « l'émergence pacifique » et la simple modernisation des forces. (© Xinhua)

Par la puissance vient l'influence : la stratégie de Pékin mise sur tous les vecteurs disponibles pour asseoir sa montée en puissance. Or, ils sont aussi interdépendants : plus la force de la Chine sera importante, plus ses messages seront écoutés. [© Chinese internet]



novembre 2013 illustre cette approche : malgré toutes les préparations à cette idée, défendable juridiquement pour Pékin, son application sans aucune concertation avec les autres acteurs régionaux ne pouvait que créer des tensions d'envergure et inciter les adversaires potentiels à une réponse musclée.

Il existe en effet chez les Chinois un vrai décalage entre la doctrine et son application. Les stratégies d'influence, qui devraient permettre de faire accepter la volonté chinoise, se concluent souvent par une exécution physique coercitive et agressive. Les adversaires et partenaires de Pékin se retrouvent face au fait accompli et n'ont d'autre choix que de l'accepter en raison de la force militaire chinoise, en gardant pour eux leurs rancunes. Nous sommes là dans le questionnement des spécialistes américains des opérations d'information : vise-t-on à générer des attitudes ou des comportements ? Si, jusqu'ici, les opposants à la volonté de Pékin n'ont pas riposté par la force (attitude), ils ne sont en tout cas pas enclins à faciliter la tâche de la Chine (comportement) ⁽³⁾, ce qui montre que les velléités à l'origine des tensions régionales sont loin d'avoir disparu.

La menace de San zhong zhanfa, réalité ou biais de perception ?

Dans sa première *Quadriennial Defense Review*, en 2009, document fondamental pour la stratégie de défense du pays, Taïwan a identifié le « *three warfares* » chinois comme une menace. Une perception que l'on peut comprendre dans la mesure où l'île est particulièrement concernée. Au-delà, certains doutent de la pertinence de cette lecture de la situation par un acteur clé comme les États-Unis, qui s'inquiètent de plus en plus de la stratégie d'influence chinoise et s'interrogent sur les réponses à apporter.

« *Il existe, dans les milieux militaires et diplomatiques américains, une véritable obsession pour la Chine* ⁽⁴⁾ », estime Emmanuel Lincot, sinologue de l'Institut catholique de Paris et rédacteur en chef de la revue *Monde Chinois Nouvelle Asie*. « *Cette étude s'explique notamment par les craintes exprimées par les alliés de Washington en Asie-Pacifique, qui poussent les cercles stratégiques américains à imaginer les scénarios les plus sombres afin d'éviter le pire, à savoir une hégémonie chinoise qui, dans un premier temps, se traduit par une politique inédite, celle d'avoir recours à une forme de soft power* ». La peur de

l'influence chinoise pourrait ainsi être fortement renforcée par l'influence d'autres acteurs : ses adversaires locaux et régionaux.

Le général (2S) Daniel Schaeffer, ancien attaché militaire en Chine et membre du groupe de réflexion Asie21, va même plus loin. Ces pratiques au sein de l'APL ne l'étonnent pas une seule seconde : « *Elles ne font que contribuer à la stratégie générale chinoise dès lors que l'on sait que les Chinois préfèrent privilégier l'influence plutôt que l'action militaire, à laquelle ils n'excluent pas de recourir en cas de besoin comme ils l'ont montré en 1979 et en 1988 au Vietnam* ». Au sujet de la guerre pour l'opinion publique, il assure ainsi qu'elle « *est calquée sur les méthodes traditionnelles de propagande communiste, en martelant sans cesse que la Chine dispose d'une "souveraineté indiscutable" sur les îles de la mer de Chine du Sud. Qui peut croire une telle affirmation et tomber dans un tel panneau puisque Pékin n'apporte jamais aucune preuve ?* » Enfin, pour lui, « *il faut raison garder, ne pas se laisser impressionner et riposter : les contre-ressources ne manquent pas* ». ■ R.M.

Notes

- (1) Larry M. Wortzel, *The Chinese People's Liberation Army and Information Warfare*, Strategic Studies Institute, mars 2014. Le SSI est un organisme qui dépend de l'US Army War College. L'étude est disponible gratuitement, en ligne, sur le site du SSI.
- (2) James C. Mulvenon and Richard H. Yang (dir.), *The People's Liberation Army in the Information Age*, RAND Corporation, Santa Monica, 1999, p. 175.
- (3) Pour bien comprendre la différence entre attitude et comportement dans la réflexion sur les opérations d'information, lire l'article « *Échec des opérations d'information en Afghanistan : la guerre n'est pas une affaire de marketing* », du même auteur, dans *DSI*, n° 106, septembre 2014.
- (4) Lire à ce sujet : Jean-Loup Samaan, *La menace chinoise : une invention du Pentagone ?*, éditions Vendémiaire, Paris, octobre 2012.